

Abbiamo un corpo digitale. Seducente, innamorato, tradito e malato



Nel ‘Il sex appeal dei corpi digitali’ Luca Poma ci avverte e ci ricorda che abbiamo tutti un corpo digitale, in costante relazione con il nostro corpo reale. Il nostro ‘doppio’ digitale ci influenza e cambia il nostro modo di essere, di pensare, di vivere.

Si illumina lo schermo, apriamo il portatile, prendiamo in mano il telefono. E immediatamente **consegniamo potenzialmente una parte di noi stessi a un mondo smisurato** che s’impossessa di noi. È la tesi di partenza del “corpo digitale”, che **Luca Poma** – giornalista, scrittore, [anima di Creatori di Futuro](#) e grande comunicatore su temi scottanti – sviscera nel suo libro [Il sex appeal dei corpi digitali](#), appena pubblicato da Franco Angeli.

Il nostro corpo digitale... è la ricostruzione digitalizzata di tutte le informazioni che produciamo nelle nostre interazioni digitali di qualsiasi tipo, costantemente aggiornate e archiviate in una miriade di piattaforme diverse, che fanno

propri ‘golosamente’ e bulimicamente tutti i dati che ci appartengono, ma soprattutto ‘disegnano’ i confini di chi noi siamo.

Il nostro corpo digitale può diventare merce sfruttabile a nostra insaputa. Ma, come in ogni rivoluzione, lo scenario non è irrimediabilmente nefasto. L’uso di strumenti come i **social network, i blog e tutti i media digitali** ha conseguenze tangibili sul nostro umore, certamente, e quindi sulla nostra fisiologia.

Il nostro corpo digitale

Il corpo digitale di ognuno di noi, cioè la rappresentazione più estesa possibile di chi noi siamo, dai dati biometrici alla nostra reputazione, ha una sua consistenza, una sua profondità, ed è perfino capace di prevedere i nostri spostamenti. **Roby Horning**, direttore di New Inquiry, asserisce addirittura che è piacevole, per molti utenti, “diventare essi stessi un prodotto”.

Se i social ci fanno diventare prodotti, paradossalmente ci aiutano ad apprezzarci, a sentirsi desiderabili. Aiutati, in questo, da una sorta di generali di questo esercito di corpi digitali, ovvero i grandi detentori delle nostre informazioni (nessun complotto, solo strategie di profitto): giganti dell’ecommerce, provider di email, social media. Ma anche siti porno: l’88 per cento dei siti hard – secondo un’inchiesta di **Motherboard**, il canale di **Vice** specializzato nell’alta tecnologia – immagazzinano le informazioni degli utenti, che lasciano tracce ripercorribili dagli hacker e che quindi, insieme alla nostra privacy, mettono a rischio la nostra vita reale.

Le modalità espressive dei corpi

digitali

Sono sostanzialmente **tre** le direttive su cui Poma appunta l'attenzione.

Una, abbiamo un rapporto di amore e odio, in contemporanea, con i mediatori dei nostri desideri virtuali, con le community a cui apparteniamo.

Due, abbiamo voglia di trasformismo, come dimostra il fatto che il 41 per cento degli utenti di Tinder è sposato o ha una relazione stabile.

Tre, non abbiamo un controcanto critico. Immersi come siamo nelle informazioni, troviamo ciò che ci appaga e non proseguiamo a cercare, perché manca uno strumento che insinui il dubbio.

Stupri nell'oblio digitale

Alcuni test empirici suggeriscono che i **newsfeed non fanno altro che intensificare l'erogazione di contenuti allineati alle convinzioni palesate dall'utente a colpi di 'Mi piace'**, così l'utente vive immerso negli abissi delle sue illusioni, che Poma definisce "un mare gelatinoso e oscuro". Nel suo scafandro, l'utente si sente a casa. Sia Facebook che Google sono capaci di capire il nostro umore. Sono capaci di manipolarlo? Secondo l'autore, sì. Il sistema:

...nutre le sue vittime per farle sentire un poco protagoniste, mentre procede a costruire l'impalcatura della sua casa delle alienazioni dal mondo reale, per poi "stuprare" a sorpresa il nostro corpo digitale, con un atto di violenza orientato al piacere di una sola delle parti in gioco.

L'attività sessuale dei corpi

digitali

Il modello della relazione s'attaglia anche alle attività di racconto che ognuno di noi fa di sé nel mondo digitale che, influenzando gli altri, si riverbera nuovamente su di noi. Poma tenta di usare perfino **l'immagine dell'inseminazione, della fecondazione**, parlando delle reti oscure e nascoste nel buio di Internet.

Il corpo digitale ha capacità seduttive – per esempio, in un **esperimento social** Emanuele Macaluso ha **creato un musicista immaginario** che ha raccolto quasi cinquemila ‘Mi piace’ in due mesi, inesistente nella vita reale. **Neez Nuts** ha ricevuto dal 7 al 9 per cento dei consensi alle primarie americane tra l’Iowa e il North Carolina, ma era **un politico inventato da un liceale quindicenne**. **Beyoncé** – perlomeno il suo corpo digitale – incassa consensi a iosa, ha decine di milioni di follower ma **twitta solo 8 volte all’anno**. E non abbiamo ancora travalicato il senso del pudore e del limite.

Il paragone con la dipendenza da droga, la prostituzione, l’adescamento

Come notato da molti analisti, **i progressivi cambiamenti degli algoritmi dei social spingono gli utenti a pagare sempre più** per favorire una soddisfacente circolazione dei loro messaggi, di ciò che vogliono. Un circolo vizioso che **assomiglia a quello della dipendenza**, e anche qui si scorge una similitudine con la fisiologia corporea. Luca Poma ci fa anche notare che i corpi digitali si “prostituiscono” con una maggiore frequenza, che rischiamo di farci **adescare** dall’intelligenza artificiale “sotto i cavalcavia delle autostrade digitali” e che il nostro corpo digitale può arrivare a **cannibalizzare** lentamente la nostra realtà. “Ognuno di noi ha il proprio rapporto con il mondo digitale,

non per forza compulsivo" conclude Luca Poma, chiedendosi se non è un comportamento adolescenziale, dato che Facebook esiste solo da dieci anni.

Nell'utilizzare provocatoriamente termini come "fecondazione", "violenza", "stupro", "prostituzione" e "cannibalismo", la mia intenzione era quella di scuotere l'attenzione della comunità di esperti, accademici e dei professionisti della comunicazione per sollecitarli a interrogarsi sulle regole che ricercatori, comunicatori e relatori pubblici dovranno elaborare, apprendere, applicare e rendere consuetudinarie per governare questi nuovi appassionati, entusiasmanti e a tratti preoccupanti scenari: regole talmente nuove da far apparire obsoleto qualunque buon manuale di relazioni pubbliche o trattato di tecniche di comunicazione.

E conclude: "Come tutti sanno, il lusso più costoso nel mondo contemporaneo è avere tempo e conquistare spazio".

Neo di Franco Angeli

Neo è un progetto editoriale crossmediale dell'editore Franco Angeli che prevede per ogni libro sia un ebook sia una piattaforma di conversazione in cui discutere dei temi affrontati nel libro e rimanere aggiornati.

Per esempio, qui Luca Poma dialogando con Enrico Galletti discute sulla sincerità sia dei propri commenti, sia della giusta destinazione verso cui si esprime veramente un like.

La corsa all'armamento tecnologico: affannosa, costosa e rischiosa



L'abuso delle tecnologie sanitarie, in particolare di quelle diagnostiche, rappresenta oggi la determinante principale di preoccupanti fenomeni in continua ascesa. Infatti, l'eccesso di medicalizzazione è riconosciuto come criticità rilevante dell'assistenza sanitaria (1-9), l'*overdiagnosis* e l'*overtreatment* sono fenomeni identificati per molte malattie (4,10) e la medicalizzazione di condizioni normali è al centro di pesanti critiche (11,12).

Dall'invenzione dello stetoscopio a Parigi nel 1816 al sequenziamento dell'intero genoma privo di cellule fetali nel sangue di una donna gravida, le tecnologie diagnostiche hanno trasformato in maniera determinante la medicina e l'assistenza sanitaria: infatti, dalle 2.400 malattie descritte nel 1793 nella *Nosologica methodica di Sauvage* oggi l'ICD-10 elenca oltre 40.000 voci. Inoltre, le tecnologie biomediche costituiscono la determinante principale dell'incremento della spesa sanitaria (13-16), di gran lunga superiore ad altri

fattori, quali invecchiamento della popolazione, aumento della domanda, inflazione, innalzamento dei prezzi, ridotta efficienza organizzativa. La disponibilità di una nuova tecnologia aumenta il prestigio di ospedali e specialisti, scatena una vera e propria corsa all'armamento tecnologico (17) e qualunque innovazione viene utilizzata oltre i suoi reali benefici, talvolta anche quando presenta dei rischi (18).

Se è indubbio che le tecnologie sanitarie sono indispensabili per migliorare la salute, bisogna assolutamente evitare che il mezzo si trasformi in fine, rendendo malate tutte le persone.

Il circolo vizioso dell'innovazione tecnologica

La figura 1 mostra che viene solitamente innescato da un miglioramento tecnico – es. la maggiore risoluzione di una tomografia computerizzata (TC) – che non sempre corrisponde ad un aumento delle performance diagnostiche, perché spesso consente solo di vedere meglio quello che già conosciamo (19). Altre volte, invece, l'evoluzione tecnologica migliora l'accuratezza diagnostica (19): ad esempio, rispetto alla scintigrafia ventilatoria-perfusoria, l'angio-TC polmonare è molto più sensibile per la diagnosi di embolia polmonare e grazie a un'analisi più dettagliata delle immagini permette di identificare un numero maggiore di casi, in realtà meno gravi (20,21,22). Infatti, nel periodo 1998-2006 l'angio-TC polmonare ha permesso di aumentare dell'80% la probabilità di identificare una embolia polmonare (5). In altri termini, oggi l'evoluzione tecnologica permette di identificare lesioni in precedenza sotto-diagnosticate (1,5), aumentando la percezione di successo e l'interesse per l'innovazione. Parallelamente, l'aumento del numero di casi diagnosticati scatena l'interesse terapeutico e vengono trattate sia persone precedentemente non considerate malate (18), sia casi meno gravi e lesioni che non sarebbero mai state identificate. Ad esempio, TC, risonanza magnetica (RM) e aspirazione eco-guidata di noduli tiroidei hanno aumentato l'identificazione (e la rimozione) di piccoli carcinomi papillari (1). Ovviamente, trattare casi meno gravi migliora complessivamente i risultati, rafforzando la

percezione di successo, che a sua volta incoraggia nuovi investimenti da destinare a ulteriori innovazioni della tecnologia (18). La tabella 1 riporta vari esempi dove l'evoluzione delle tecnologie diagnostiche ha modificato la prevalenza delle malattie, spesso senza migliorare gli esiti.

[Figura 1. Il circolo vizioso della continua innovazione delle tecnologie diagnostiche \(modificata da Hofman BM \(68\)\)](#)

[Figura 2. Conseguenze della continua innovazione delle tecnologie diagnostiche \(modificata da Hofman BM \(68\)\)](#)

Il potere seduttivo della tecnologia

L'uso indiscriminato delle tecnologie diagnostiche è favorito da numerosi stakeholder: industria, politici, management, professionisti sanitari, cittadini, pazienti e media. A livello di sistema sanitario l'offerta genera domanda (34,35): se vi è disponibilità di una RM ovviamente verrà utilizzata, così come i test di laboratorio e gli interventi chirurgici (35), anche in assenza di prove di efficacia, sicurezza ed efficienza (18,35-38) e talvolta anche in presenza di prove di inefficacia (es. pulsossimetria per il monitoraggio perioperatorio, chirurgia robotica (39,40)). L'aumento della domanda, e il conseguente allungamento delle liste di attesa, vengono gestiti dalle organizzazioni sanitarie aumentando l'offerta, che incrementa ulteriormente la domanda. Inoltre, l'offerta tecnologica tende a essere sempre più ampia e variegata perché esiste una maggiore propensione a investire in una nuova tecnologia supportata da evidenze limitate, piuttosto che dismettere una tecnologia di documentata inefficacia (41,42). Inoltre, il concetto di *high tech* viene spesso associato a quello di elevata importanza (43) e qualità (44): la tecnologia viene utilizzata in maniera strategica per attrarre specialisti e pazienti (44), scatenando la corsa all'armamento tecnologico (17) tra organizzazioni sanitarie pubbliche e private in continua competizione. La tecnologia, di conseguenza, da strumento per migliorare la salute si trasforma in mezzo di potere e prestigio, sino a diventare fine a sé stessa (45,46).

Queste convinzioni sono diffuse tra pazienti, cittadini e media, concordi nel richiedere all'unisono interventi *high tech* nei quali ripongono fiducia illimitata, convinti che sempre “nuovo è meglio di vecchio”, “complesso è meglio di semplice”, “molto è meglio di poco”, “sapere è meglio di non sapere” e che una diagnosi precoce è meglio di una tardiva. Se il medico non prescrive una TC o una RM il paziente lo accuserà di sottovalutare il problema, con la connivenza dei media, dove troneggiano storie di persone infuriate o deluse per un accesso negato alla tecnologia desiderata e dove le vittime dell’*overdiagnosis* e dell’*overtreatment* si dichiarano sempre felici di essere state “salvate”.

Ma soprattutto, uno dei driver principali è costituito dalla stessa tecnologia: l’imperativo tecnologico (47) spinge l’innovazione oltre le necessità di cura, fino al punto in cui è la tecnologia a definire le malattie e a fornire le cure (11,48), per compensare l’involuzione della relazione medico-paziente (49) che ha reso progressivamente autonoma la tecnologia quale elemento di cura (50). Di conseguenza, la tecnologia si è trasformata in un potente attore indipendente che guida la medicina e l’assistenza sanitaria oltre i suoi obiettivi reali, soggiogando professionisti e pazienti che finiscono per declinare le proprie responsabilità: paradossalmente le tecnologie ci hanno reso schiavi del progresso (51).

Il circolo vizioso e i driver identificati, seppure utili per comprendere e gestire il sovra-utilizzo delle tecnologie diagnostiche, non colgono tuttavia il ruolo della tecnologia nel costruire il concetto di malattia. La tecnologia, infatti, sta modificando il significato di malattia a tre livelli (52,53,54). Innanzitutto, fornisce le entità che definiscono la malattia: analizzatori biochimici, citometri e sequenziatori di DNA permettono di accedere a enzimi, cellule T o specifici strati di DNA con la conseguenza che i criteri diagnostici delle malattie sono sempre più frequentemente identificati da tecnologie diagnostiche. In secondo luogo, la tecnologia guida e struttura la nostra conoscenza della

malattia: ieri le conoscenze sull'infarto del miocardio si basavano sull'attività elettrica del cuore misurata dall'elettrocardiogramma, oggi sul dosaggio della troponina. Infine, la malattia è definita dalla tecnologia attraverso la pratica clinica: tutto ciò che è misurabile o manipolabile tende inevitabilmente a diventare malattia (es. ipertensione e colesterolemia non sarebbero rilevanti da un punto di vista clinico se non fosse possibile misurarle o manipolarle). Di conseguenza, l'espansione della tecnologia estende enormemente, nel bene e nel male, la nostra idea di malattia.

Gli effetti collaterali dell'innovazione tecnologica

La figura 2 mostra alcune implicazioni del circolo vizioso alimentate dai numerosi driver della tecnologia e dalla costruzione tecnologica della malattia.

[Tabella 1. Malattie in cui la tecnologia ha modificato i criteri diagnostici \(10\)](#)

- **Aspettative irrealistiche.** L'apparente successo legato all'aumento di diagnosi e trattamenti determina un entusiasmo ingiustificato di professionisti e decisori, un aumento della domanda di cittadini e pazienti, alimentata dai media spesso "sostenuti" dall'industria. I benefici dell'innovazione tecnologica vengono sempre evidenziati, mentre i rischi rimangono nascosti o vengono (volutamente) occultati.
- **Utilizzo di test accurati in popolazioni a bassa prevalenza.** Un test diagnostico accurato può peggiorare gli esiti di salute se viene utilizzato in soggetti a bassa probabilità di malattia. Di conseguenza, l'evoluzione tecnologica non garantisce miglioramenti clinici.
- **Incertezza sul miglioramento degli esiti.** La diagnosi di un numero maggiore di più casi non implica automaticamente che un maggior numero di pazienti verranno trattati con successo o che più vite verranno salvate (1,55,56). Sicuramente più soggetti saranno "etichettati" come malati, visto che le definizioni di

malattia vengono continuamente ampliate e condizioni normali sono riclassificate come patologiche. Il progresso tecnologico permette di identificare casi che non avrebbero comunque causato sintomi o morte – *overdiagnosis* – con conseguente *overtreatment* (10,57,58). Pertanto, l'evoluzione delle tecnologie, in un'ottica di sanità pubblica, può risultare inutile o addirittura dannosa.

- **Aumento delle prestazioni.** L'incremento della domanda genera ulteriore offerta e l'aumento delle prestazioni genera diagnosi accidentali. Se è indubbio che, occasionalmente, un "incidentaloma" permette di salvare vite, nella maggior parte dei casi non è così: ad esempio l'identificazione accidentale di tumore alla tiroide nel corso di TAC o RM non riduce i sintomi né la mortalità (1). Inoltre, il follow-up di risultati positivi ai test diagnostici genera altri risultati accidentali, per cui vengono erogate più prestazioni diagnostiche senza misurare i reali effetti sulla salute.
- **Aumento dei costi.** L'incremento di programmi di screening, di test diagnostici e di incidentalomi con relativo follow-up fanno lievitare in maniera sostanziale la spesa sanitaria (13,15), sottraendo risorse dalle aree in cui la tecnologia è realmente efficace e le innovazioni necessarie.
- **Riduzione del value.** Quando il valore predittivo di un test diagnostico è basso, i casi di *overdiagnosis* e *overtreatment* aumentano, le persone con problemi sociali o altri problemi vengono etichettate come malate e il *value* degli interventi sanitari diminuisce.
- **Aumento dell'ansia.** L'aumentata prevalenza delle malattie e l'accresciuta consapevolezza dei problemi di salute rendono le persone più preoccupate e ansiose rispetto alla propria salute, inducendole a richiedere ulteriori test diagnostici e trattamenti.
- **Perdita di fiducia.** Con un'aumentata consapevolezza

degli eccessi dell'assistenza (7,9,53), degli interventi dal *low value* (59,60) e dei servizi sanitari "da non erogare" (61), le persone possono perdere la fiducia nei medici e nel sistema sanitario.

Quali soluzioni?

L'utilizzo indiscriminato delle tecnologie diagnostiche contribuisce all'eccesso di medicalizzazione della società perché la tecnologia è profondamente radicata nel nostro concetto di malattia e nella nostra cultura, generando numerosi atti di fede. Per queste ragioni è assolutamente necessario:

- Sbarazzarsi dei luoghi comuni, quali "fare di più è meglio di fare di meno", "nuovo è meglio di vecchio", "avanzato è più preciso di semplice".
- Acquisire maggiore consapevolezza delle responsabilità nello sviluppo, implementazione e utilizzo delle tecnologie sanitarie (51): nel prescrivere test ed esami il medico non può più appellarsi a vaghi imperativi tecnologici, al concetto generico di "progresso" o alle pressanti richieste di pazienti (volutamente?) non informati.
- Moderare l'entusiasmo nei confronti delle nuove tecnologie, al fine di cogliere la nostra ambivalenza verso di esse, ovvero il controllarle e l'esserne controllati. Infatti, considerato che la tecnologia estende le possibilità di agire, ma allo stesso tempo è una forza che inquadra e orienta (62), è necessario essere consapevoli che è diventata più di un mezzo neutro per un fine umano (45,63) e che noi interagiamo con essa al tempo stesso come un artefatto e come un attore (64).
- Governare l'implementazione delle innovazioni tecnologiche, favorendo l'introduzione nella pratica clinica solo di quelle che, oltre a presentare chiare evidenze di reali benefici, hanno un elevato *value* (65).

- Promuovere una valutazione trasparente delle tecnologie per proteggere la salute delle persone (42): i dispositivi devono essere valutati criticamente alla pari dei farmaci (66,67), i pazienti devono essere meglio informati sulle incertezze che riguardano rischi e benefici delle tecnologie, non solo sui vantaggi enfatizzati e ostentati. Inoltre, le loro preferenze e aspettative dovrebbero essere prese in considerazione nelle fasi di sviluppo, valutazione, implementazione e utilizzo di tutte le tecnologie sanitarie.

Considerato che oggi la capacità di ideare, produrre e utilizzare tecnologie sembra superare di gran lunga quella di riflettere sulla loro applicazione, affinché l'innovazione tecnologia si traduca in benefici reali limitando i rischi, è necessario acquisire un sano scetticismo, evitando le lusinghe e riconoscendo i limiti delle tecnologie. Ovvero, per evitare di diventare giganti da un punto di vista dell'innovazione e lillipuziani da un punto di vista etico occorre una implementazione più responsabile di tutte le tecnologie sanitarie (68).

Info complete sull'autore, bibliografia, etc: <http://www.evidence.it/articolodettaglio/209/it/467/la-corsa-allarmamento-tecnologico-affannosa-costosa-e-risch/articolo>

Levi's riduce il consumo idrico dei jeans



L'azienda statunitense ha ridotto l'impatto ambientale dei propri jeans utilizzando cotone sostenibile, acqua riciclata ed educando i consumatori.

Nel mondo tutt'oggi milioni di persone non hanno accesso all'**acqua potabile**, bene primario strettamente legato allo sviluppo umano. La [Giornata mondiale dell'acqua](#) che si è appena conclusa ha posto l'accento sull'importanza dell'acqua per lo sviluppo sostenibile.

Levi's, il grande marchio di abbigliamento specializzato nel settore dei jeans, ha intrapreso una serie di misure per **ridurre l'impronta idrica in tutta la catena di produzione** compreso l'impiego di acqua riciclata e l'adesione alla [Better Cotton Initiative \(Bci\)](#), iniziativa che mira a migliorare l'impatto sociale e ambientale della coltivazione del cotone nel mondo, per renderla più sostenibile.

Secondo Stephen Leahy, autore del libro "Your Water Footprint", occorrono mediamente 7.600 litri d'acqua per coltivare il cotone necessario per la produzione di un paio di jeans. Secondo il nuovo **rapporto sul consumo idrico pubblicato da Levi's** per realizzare un paio di jeans 501 l'azienda

utilizza 2.835 litri di acqua effettuando un notevole risparmio.

Secondo il [rapporto di Levi's](#) il secondo aspetto più energivoro dopo la coltivazione di cotone è l'uso che i consumatori fanno dei jeans. Vengono infatti utilizzati circa **860 litri di acqua per lavare ogni paio di jeans** dopo l'acquisto. Per provare a migliorare anche questo aspetto la società ha lanciato un'iniziativa per educare gli acquirenti ad adottare tecniche di lavaggio che impieghino meno acqua ed energia.



Levi's vuole promuovere l'idea che un paio di pantaloni può essere indossato almeno dieci volte prima di essere lavato e aiutare le persone a capire meglio **l'impatto delle loro scelte di lavaggio**. Dal rapporto emergono notevoli differenze per quanto riguarda le abitudini di lavaggio a seconda dei paesi. Negli Stati Uniti le persone tendono a indossare i jeans due volte prima di lavarli, in Francia e nel Regno Unito la media aumenta ed è di 2,5 volte, mentre in Cina i pantaloni vengono

utilizzati quattro volte prima del lavaggio.

Sette amministratori delegati su dieci credono nell'importanza della sostenibilità



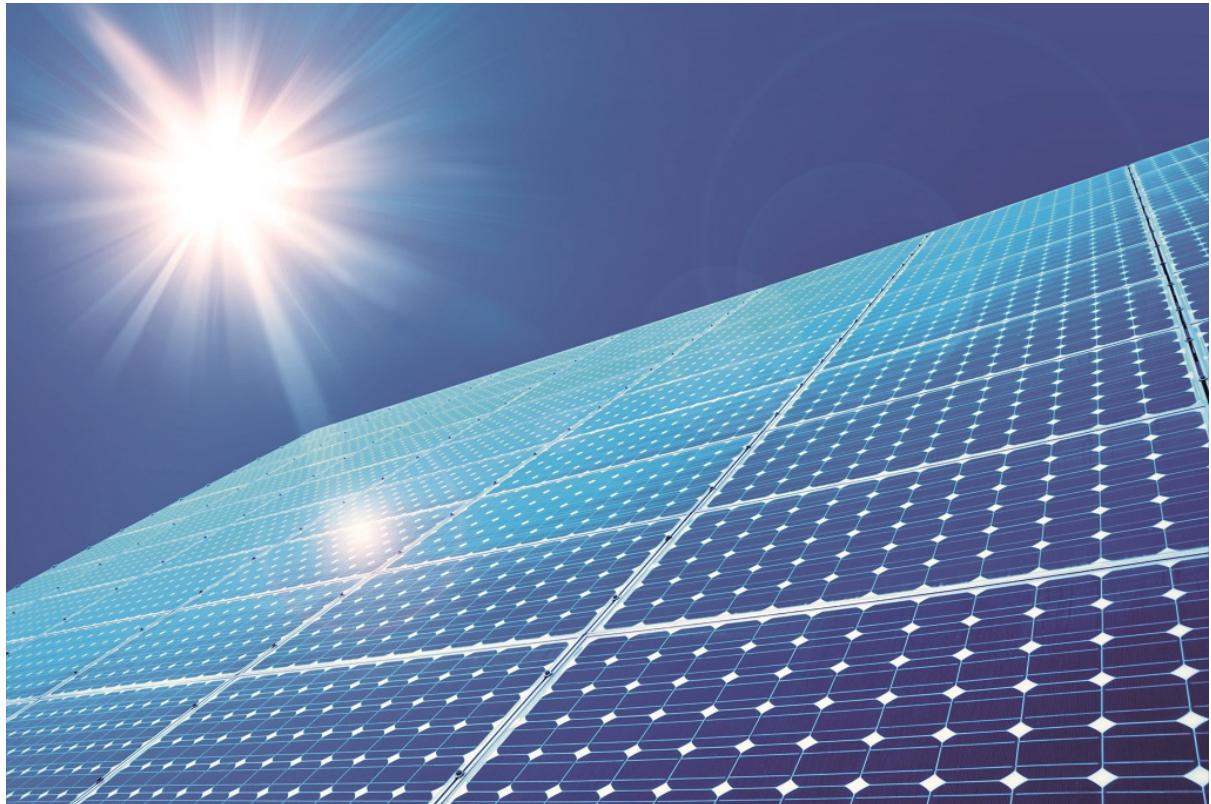
Secondo un'indagine della Ethical Corporation la sostenibilità ambientale è ormai ritenuta un aspetto decisivo nella pianificazione delle strategie aziendali.

La maggior parte degli amministratori delegati ritiene che **responsabilità sociale e sostenibilità ambientale** siano "aspetti fondamentali della pianificazione strategica". Quasi il 70 per cento ha dichiarato di prendere molto seriamente questi aspetti.



È quanto emerge da una [ricerca](#) realizzata per la [Ethical Corporation](#), società indipendente con sede a Londra che si occupa di analisi e di assistenza alle aziende per quanto riguarda la responsabilità sociale di impresa. L'obiettivo del sondaggio era quello di valutare l'**attuale stato della csr e della sostenibilità** in tutto il mondo.

Sono state intervistate circa 1.500 persone, imprenditori e membri di consigli di amministrazione, alle quali è stato chiesto il **ruolo della sostenibilità nelle rispettive società** e come questa si evolverà nei prossimi cinque anni.



“Questo studio fornisce una nitida fotografia dell’attuale stato della sostenibilità aziendale – ha dichiarato Dave Stangis, vice presidente della responsabilità sociale della Campbell Soup Company – rappresenta inoltre un valido metro di giudizio per valutare i progressi compiuti dalla propria azienda nel corso degli anni”.

L’89 per cento degli intervistati ha dichiarato che la sostenibilità aziendale sta assumendo un **ruolo sempre più importante nella loro strategia di business**. La percentuale qui risulta superiore a quella degli intervistati che hanno dichiarato di prendere sul serio la sostenibilità, questo significa che altri fattori, come la domanda dei consumatori, i problemi della catena di fornitura o le normative vigenti, concorrono ad aumentare l’importanza e l’urgenza di questo tema.



Per capire effettivamente quanto le società puntino sulla sostenibilità, afferma il rapporto, è necessario capire quanto spendono per essa. Oltre due terzi degli intervistati hanno dichiarato che è possibile **collegare l'aumento del fatturato o l'ampliamento del volume di affari con le iniziative legate alla sostenibilità**, questo significa che aumentare gli investimenti destinati alle iniziative per ridurre il proprio impatto ambientale può garantire evidenti benefici economici.

Csr 2.0: 'Legendary Seven' di Heineken, agricoltori pionieri per comunicare la

sostenibilità'



Heineken ha deciso di impegnarsi per assicurare che il **50% di orzo e luppolo** utilizzati nella produzione di birra entro il 2020 proverranno esclusivamente da **filiere sostenibili**. E ha deciso di comunicarlo con **Blippar**, un'app, divulgando la storia degli agricoltori che forniscono gli ingredienti principali.

LA STORIA – Il filo conduttore della [campagna di comunicazione](#) è la **storia degli agricoltori che coltivano gli ingredienti principali** della birra. Non è certo un tema nuovo o imprevedibile, ma il canale scelto è un'app che si chiama Blippar. Un'animazione di 60 secondi presenta i **"Legendary 7"**, 7 agricoltori di Regno Unito, Paesi Bassi, Francia Germania e Grecia che producono appunto orzo e luppolo di alta qualità. Altri contenuti entrano nel dettaglio delle loro storie, ad esempio spiegano come Jacky Brosse si prende cura degli alveari nel suo grande campo di orzo in Francia. I personaggi sono ritratti in uno stile noto agli occhi dell'utente, il classico **stile "Wild West" con i famigerati poster Wanted**. E

queste sembianze note probabilmente hanno contribuito ad imprimere la campagna nella loro mente, come dimostrano i selfie postati sui social network dai follower.

CSR 2.0 – Al di là dell'app particolare, emerge la volontà di **svecchiare la Csr**:basta con i report, che nessuno spesso legge, è tempo di una Csr 2.0. “Spesso la sostenibilità è vista come qualcosa di complesso ed inaccessibile per i consumatori. Ma spesso è al centro di ciò che siamo abituati a fare e a vedere, e noi volevamo offrire un modo per incoraggiare i consumatori e gli stakeholder ad interagire con il brand e con il nostro programma ‘Brew a Better World’”, ha spiegato **Mark van Iterson**, capo del reparto design per Heineken.



van Iterson descrive il ruolo dei Legendary 7 come quello di **personaggi che sfidano lo status quo della sostenibilità** aiutando i consumatori a calarsi in questa sfera riflettendo sui prodotti che consumano, sugli ingredienti da cui sono composti.